

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración



“CALIDAD DE SERVICIO Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES DE UNA EMPRESA DE CALZADOS UBICADA EN LA CIUDAD DE TRUJILLO”

Tesis para optar el título profesional de:
Licenciada en Administración

Autora:
Bach. Yarixa Jesus Gutierrez Lozano

Asesor:
Dra. Julia Otilia Sagástegui Cruz

Trujillo - Perú

2020

Tabla de contenidos

DEDICATORIA.....	1
AGRADECIMIENTO	2
ÍNDICE DE TABLAS.....	4
ÍNDICE DE FIGURAS	5
RESUMEN.....	6
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	7
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	38
CAPÍTULO III. RESULTADOS	42
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	56
REFERENCIAS	60
ANEXOS	63

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 ALFA DE CRONBACH.....	42
TABLA 2 PRUEBA DE ADECUACIÓN DE VARIABLES.....	42
TABLA 3 PRUEBA DE ADECUACIÓN PARA CALIDAD DE SERVICIO	43
TABLA 4 PRUEBA DE ADECUACIÓN PARA SATISFACCIÓN CLIENTE	43
TABLA 5 SUPUESTO DE NORMALIDAD PARA MUESTRA	43
TABLA 6 MEDICIÓN PARA LA V. CALIDAD DE SERVICIO	44
TABLA 7 MEDICIÓN PARA LAS DIMENSIONES DE LA V. CALIDAD DE SERVICIO	44
TABLA 8 MEDICIÓN PARA LA V. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.....	45
TABLA 9 V. INDEPENDIENTE: CALIDAD DEL SERVICIO	45
TABLA 10 DIMENSIONES DE LA CALIDAD DEL SERVICIO.....	46
TABLA 11 V.DEPENDIENTE: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	47
TABLA 12 CRUCE DE VARIABLES.....	48
TABLA 13 NIVELES DE CORRELACIÓN	49
TABLA 14 INFLUENCIA DE LA HIPÓTESIS GENERAL.....	50
TABLA 15 INFLUENCIA DE LA DIMENSIÓN CONFIABILIDAD	51
TABLA 16 INFLUENCIA DE LA DIMENSIÓN SENSIBILIDAD	52
TABLA 17 INFLUENCIA DE LA DIMENSIÓN SEGURIDAD.....	53
TABLA 18 INFLUENCIA DE LA DIMENSIÓN EMPATÍA	54
TABLA 19 INFLUENCIA DE LA DIMENSIÓN E.TANGIBLES	55

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 MODELO CONCEPTUAL DE LA CALIDAD TOTAL PERCIBIDA DE GRÖNROOS	16
FIGURA 2 MODELO DE BRECHAS DE LA CALIDAD DEL SERVICIO.....	19
FIGURA 3 MODELO DE LA CALIDAD DE GRONROOS-GUMMESSON.	20
FIGURA 4 MODELO ESTRUCTURAL.....	22
FIGURA 5 MODELO SERVQUAL.....	23
FIGURA 6 MODELO SERVPERF	26
FIGURA 7 PERCEPCIONES DE LA CALIDAD Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.....	30
FIGURA 8 CALIDAD DE SERVICIO.....	45
FIGURA 9 DIMENSIONES DE LA CALIDAD DE SERVICIO.....	46
FIGURA 10 SATISFACCIÓN DL CLIENTE.....	47
FIGURA 11 CRUCE DE VARIABLES	48

RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo determinar de qué manera la calidad del servicio influye en la satisfacción de los clientes en una empresa de calzados ubicada en la ciudad de Trujillo. Este estudio es de tipo aplicada, de enfoque cuantitativo, con alcance explicativo, en cuanto a diseño es no experimental-Transaccional correlacional causal, según Hernández, S. (2014), este diseño nos permite explicar si existe alguna relación entre dos o más variables en un único momento, el instrumento utilizado para medir la calidad de servicio es el denominado SERVPERF, el cual está basado en 5 dimensiones, con la aplicación de este instrumento se reveló que de los 54 encuestados (muestra) el 75,9% opina que la calidad de servicio que brinda la empresa estudiada es media, y solo el 24,1% consideran que es alta, así mismo, el instrumento utilizado para la variable dependiente fue la escala de satisfacción del cliente, dichos resultados arrojaron que en su mayoría (72.2%) los usuarios no se encuentran ni satisfechos ni insatisfechos, finalmente, a través de la aplicación de la prueba no paramétrica Tau de Kendall se pudo determinar que la calidad de servicio influye significativamente en la satisfacción de los clientes de la empresa estudiada, pues se obtuvieron coeficientes que evidencian la existencia de una correlación positiva considerable para la dimensión Empatía, media para las dimensiones de Confiabilidad, Seguridad, Sensibilidad, y baja para la dimensión de Elementos Tangibles, aprobándose así tanto la hipótesis general como las 5 hipótesis específicas.

Palabras clave: Calidad del Servicio, satisfacción, clientes, servperf, dimensiones.

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aburto, S; & Pozo, V. (2017). Influencia de la calidad de servicio en la satisfacción en la empresa de transporte ITTSA bus ubicado en la Av. Juan Pablo II en la ruta Trujillo- Lima 2017". Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo, Perú.
- Acosta, C. (2019). Calidad de servicio y su influencia en la satisfacción de los clientes de EMTRAFESA S.A.C Piura 2018. Universidad Nacional de Trujillo, Perú.
- Álvarez, T & Rivera, M. (2019). Calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes de Caja Arequipa agencia Corire 2018. Universidad Tecnológica del Perú.
- Anticona, C; & Rojas, C (2019). Correlación entre la calidad de servicio y la Satisfacción del cliente en la curtiembre y Servicios Libertad S.A.C, 2018. Universidad Privada del Norte, Trujillo, Perú.
- Arhuis, A & Campos, V (2016). Influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los clientes de la empresa automotriz San Cristóbal-Huancayo 2015. Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo, Perú.
- Arias, A. (2013). Calidad de los Servicios y Satisfacción del Usuario. Master en Gestión de la documentación. Madrid, España.
- Bitner, M., & Hubert, A. (1994). Encounter satisfaction versus overall satisfaction versus quality: the customer's voice. London: (R. a. in Rust).
- Cronin, J., Brady, M., & Hult, G. (2000). Assessing the Effects of Quality, Value, and Customer Satisfaction on Consumer Behavioral Intentions in Service Environments. (Vol. 76(2)). Journal of Retailing.
- Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Medición de la calidad del servicio: un reexamen y una extensión, 56(3), 55-68.
- Domínguez, C (2016). El servicio invisible fundamento de un buen servicio al cliente. Edit.ECOE ediciones española, R.A. (2012). Recuperado el 3 de abril de 2018, de <http://www.rae.es/rae.html>.
- Evans, J., & Lindsay, W. (2015). Administración y control de la calidad. México: Cengage Learning Editores.

- Gremler, V., Zeithaml, M., & Bitner, D. (2009). Marketing de servicios. México: Mc Graw Hill.
- Grönroos, C. (1994). Marketing y gestión de servicios: La gestión de los momentos de la verdad y la competencia en los servicios. Madrid: Díaz de Santos.
- Hernández, R y Fernández, C y Baptista, L. (2014) Metodología de la investigación (6.^a ed.). México. Mc Graw- Hill.
- Kotler, P. & Armstrong, G (2003) Fundamentos de marketing (6 ed.). México: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). Dirección de Marketing. En P. Kotler, & K. y Keller, Dirección de Marketing (pág. 426). Mexico: Pearson.
- Lee, H., Lee, Y., & Yoo, D. (2000). The determinants of perceived service quality and its relationship with satisfaction. (Vol. 14(3)). Journal of Services Marketing.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1993). Reevaluación de las expectativas como estándar de comparación para medir la calidad del servicio: implicaciones para futuras investigaciones: Journal of Marketing, 58(1), 111-124.
- Pizzo, M. (2013). Construyendo una definición de Calidad en el Servicio. Sasser, W. E., Olsen, R. P., & Wyckoff, D. D. (1978). Service industries; Management; Case studies. Boston: Allyn and Bacon.
- Reichheld, F. (1996). The Loyalty Effect. Harvard Business Schoolm Press. Sureshchandar G., S., Rajendran, C., & Anantharaman, R. (2002). The relationship between service quality and customer satisfaction – a factor specific approach. (Vol. 16(4)). Journal of Services Marketing.
- Rivera, R. (2019). La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador.
- Ros (2016). Calidad percibida y satisfacción del usuario en los servicios prestados a personas con discapacidad intelectual. Universidad Católica San Antonio, Murcia, España.
- Sasser, W. E., Olsen, R. P., & Wyckoff, D. D. (1978). Service industries; Management; Case studies. Boston: Allyn and Bacon.
- Valderrama, S. (2016). Pasos para elaborar proyectos de investigación científica. (6.a ed.) Lima, Perú. Editorial San Marcos E. 1. R. L.

- Valdiviezo, C. (2017). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en el área de operaciones del Banco de Crédito del Perú, agencia Piura 2016. Universidad Nacional de Piura, Perú.
- Zeithmal, V., Bitner, M., & Gremler, D. (2009). Marketing de Servicios (Quinta - ed.). Estados Unidos: McGraw-Hill
- Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Berry, L. (1993). Research note: More on improving quality measurement. Journal of Retailing, pag.140-147.